



Winext

Pesquisa de

Oportunidade e

Sentimento do Trade

do Vinho 2023

**O mais abrangente estudo
quantitativo com o trade de
vinhos no Brasil**

EBOOK DA PESQUISA

O sentimento do trade de vinhos em ação



WINEXT

A Winext é uma consultoria fundada em 2015 que oferece serviços de inteligência de mercado, marketing e comunicação para o mercado do vinho.

© 2023 Winext. Reprodução ou distribuição não permitida.

Acategoria de vinhos é uma das mais fragmentadas entre os bens de consumo – basta visitar um supermercado para constatar que nenhuma prateleira supera a dos vinhos em variedade e complexidade de escolha. E o mesmo se aplica a uma carta de restaurante.

De um lado está um consumidor confuso com uma quantidade crescente de opções. Do outro uma oferta sempre maior de produtos, rótulos, uvas, denominações de origem e marcas, fruto de uma produção que supera a demanda, e sem sinais de equilíbrio.

Entre quem produz e quem consome está o **trade** – responsável por selecionar, recomendar e fazer chegar o produto às mãos do consumidor. É ele quem define o que está mais em linha com o gosto da sua clientela, vai atrás de novidades, acompanha o mercado, escolhe o que entra o que sai, e indica as melhores opções de acordo com a ocasião e o bolso do seu cliente. No final das contas, o trade é tanto influenciado quanto influenciador das tendências que moldam o que bebemos hoje e o que beberemos no futuro.

Diante desse cenário, é fundamental mapear as percepções e sentimentos deste importante elo do mercado. Como estão desempenhando as principais categorias de vinhos e espumantes no seu negócio? Onde estão as oportunidades de crescimento? Até que ponto as últimas tendências se refletem no dia-a-dia do seu negócio? E, por fim, quais as perspectivas futuras para o setor?

A primeira edição da "Pesquisa de Sentimento do Trade do Vinho no Brasil – Winext®" que você tem em mãos tem como objetivo jogar luz a essas questões. Que este estudo sirva como ferramenta para que as empresas do vinho tomem melhores decisões e prosperem nos negócios. *Saúde! ...*

RODRIGO LANARI

Bem -vindo à primeira edição da Pesquisa de Oportunidade e Sentimento do Trade do Vinho no Brasil - Winext®

**ESTE ESTUDO INÉDITO COM OS PRINCIPAIS
AGENTES DO MERCADO BRASILEIRO DE VINHOS
TEM COMO OBJETIVO:**

- Mapear o sentimento e confiança do trade a nível nacional;
- Medir o desempenho das principais regiões produtoras, estilos, categorias e tipos de embalagens;
- Identificar oportunidades para os agentes da cadeia de produção e distribuição com relação às tendências de mercado e categorias de vinhos alternativos.

Estrutura do Estudo

PERFIL DA AMOSTRA

- Varejistas on/off-trade/online, distribuidores e importadores;
- Decisores de compra e indicação de produto;
- Mínimo de 2 anos de experiência no mercado de vinhos;
- Residentes em território brasileiro.

QUALIFICAÇÃO DOS RESPONDENTES

Número de leads contactados: 1,829

Número de respondentes: 490

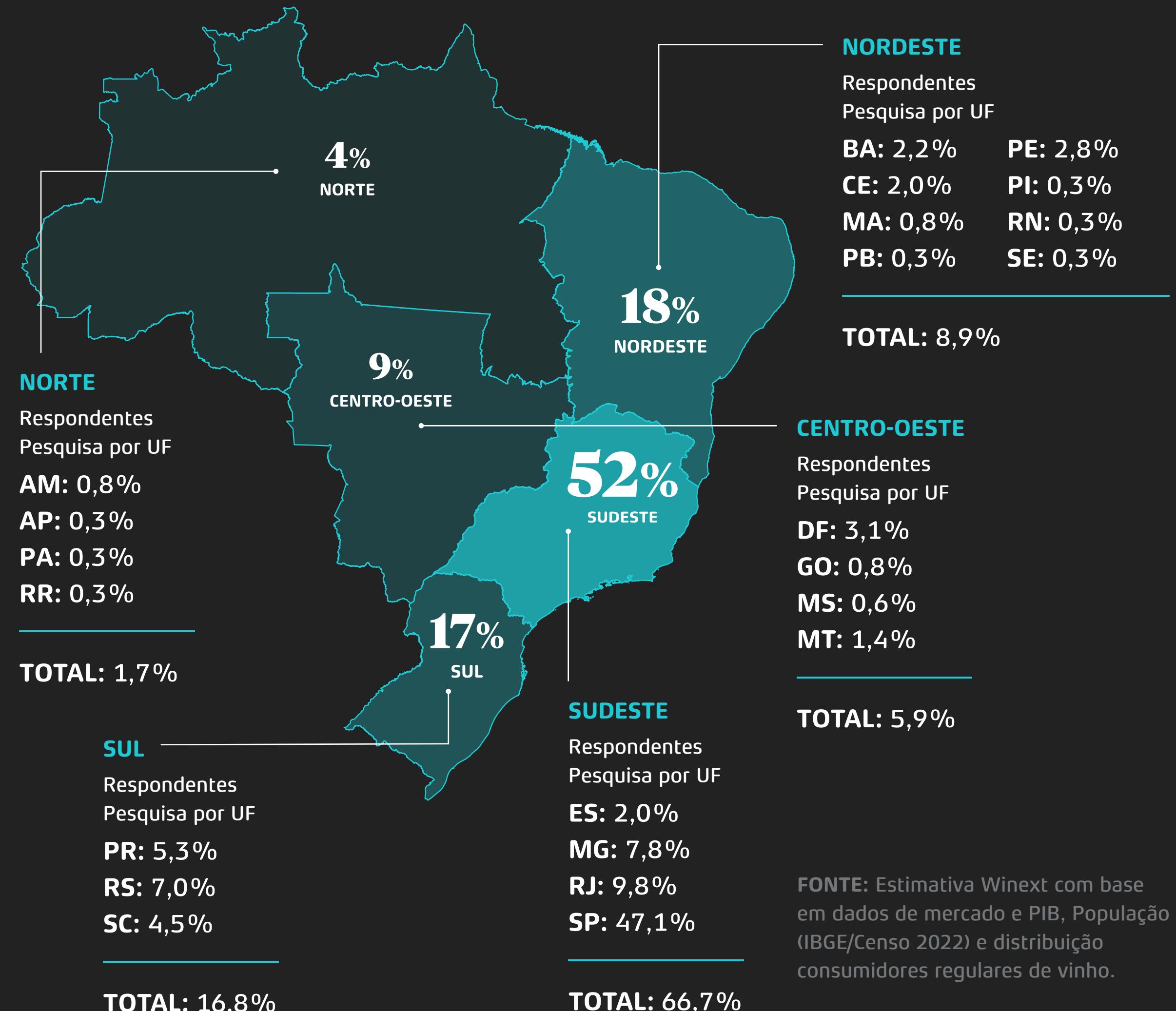
Número de respondentes qualificados: 357

*Respondentes fora do critério de qualificação foram excluídos do estudo

PERÍODO DA COLETA

28 de julho a 21 de agosto de 2023

Mapa Distribuição do Mercado de Vinhos por Região (e respondentes da pesquisa)





80.633
hectares
de vinhedos plantados
(22º mercado global)

747 empresas
importadoras
ativas

Mais de
R\$ 20 bilhões
de faturamento
(11º mercado global)

O Mercado Brasileiro em números

Consumo de
2.4 litros
per capita
(33º mercado global)

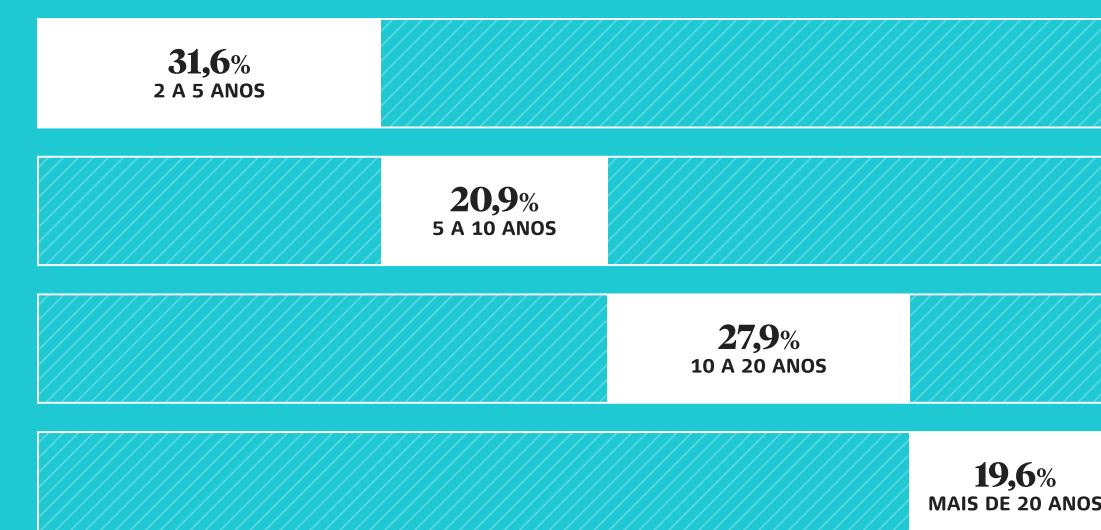
44
milhões
de consumidores
regulares

5ª maior população
adulta no mundo
(170 milhões)

Perfil do Respondente

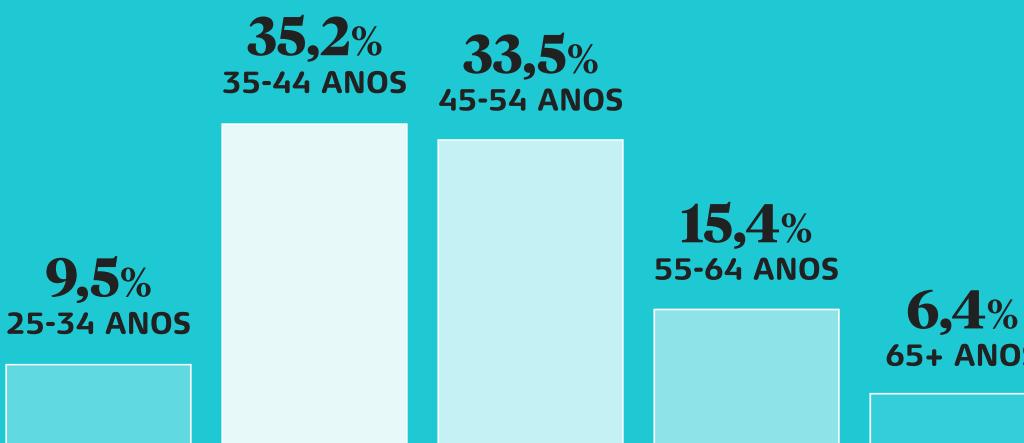
- Majoritariamente proprietários e gerentes com mais de 10 anos de experiência de mercado, e idade entre 35-54 anos;
- Empresas de pequeno porte, com até 9 colaboradores, nas quais os vinhos e espumantes representam a maior parte do faturamento da empresa;
- Concentradas na região Sudeste e com perfil de distribuição variado on e off-trade.

Tempo no mercado de vinhos

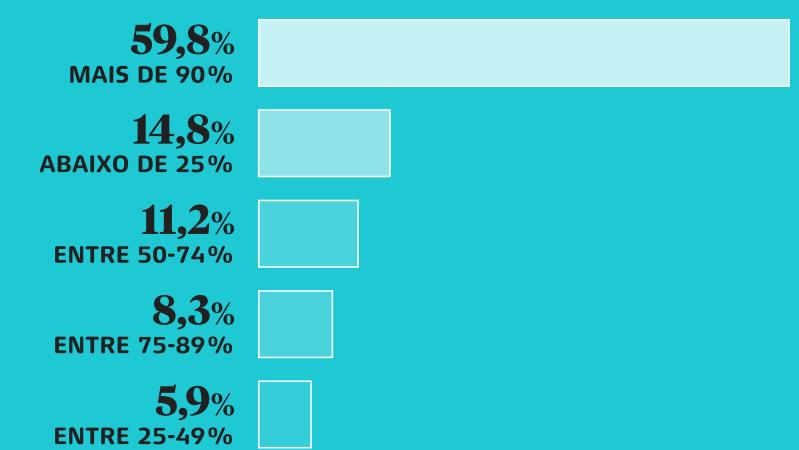


Faixa Etária*

* Não houve respondentes com 18-24 anos no perfil da pesquisa, conforme filtro de recrutamento.

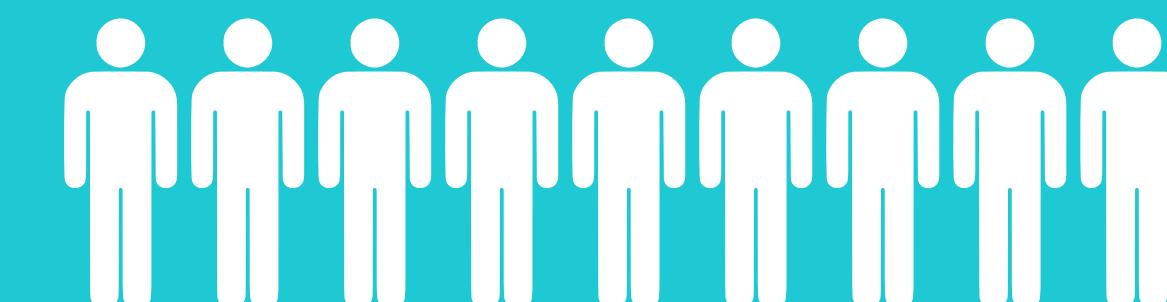


Share Vinhos + Espumantes / Faturamento Total

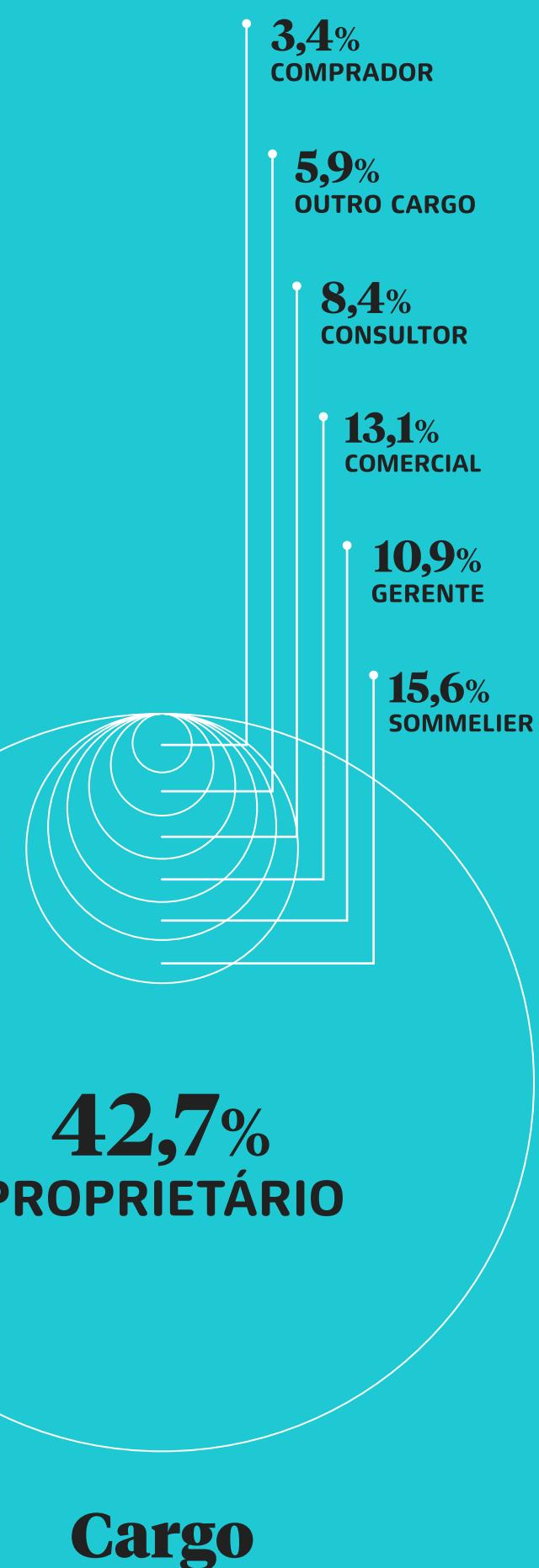


Colaboradores da empresa

56,7%
ATÉ 9 COLABORADORES



Segmento da empresa



Resumo Executivo

Principais insights da pesquisa



1. TRADE DO VINHO OTIMISTA COM O FUTURO
2. VINHOS BRASILEIROS EM ALTA
3. BRANCOS E ESPUMANTE SÃO AS CATEGORIAS DE MAIOR OPORTUNIDADE
4. ORGÂNICOS E BAG-IN-BOX COM TENDÊNCIA DE ALTA
5. CARGA TRIBUTÁRIA E CONTRABANDO PRINCIPAL ENTRAVE AOS NEGÓCIOS E ABERTURA DE CANAIS/REGIÕES MAIOR OPORTUNIDADE
6. ENOTURISMO E NOVOS COMPORTAMENTOS DE COMPRA (*Premiumização e Downgrade*) SÃO AS TENDÊNCIAS MAIS PRESENTES

1.

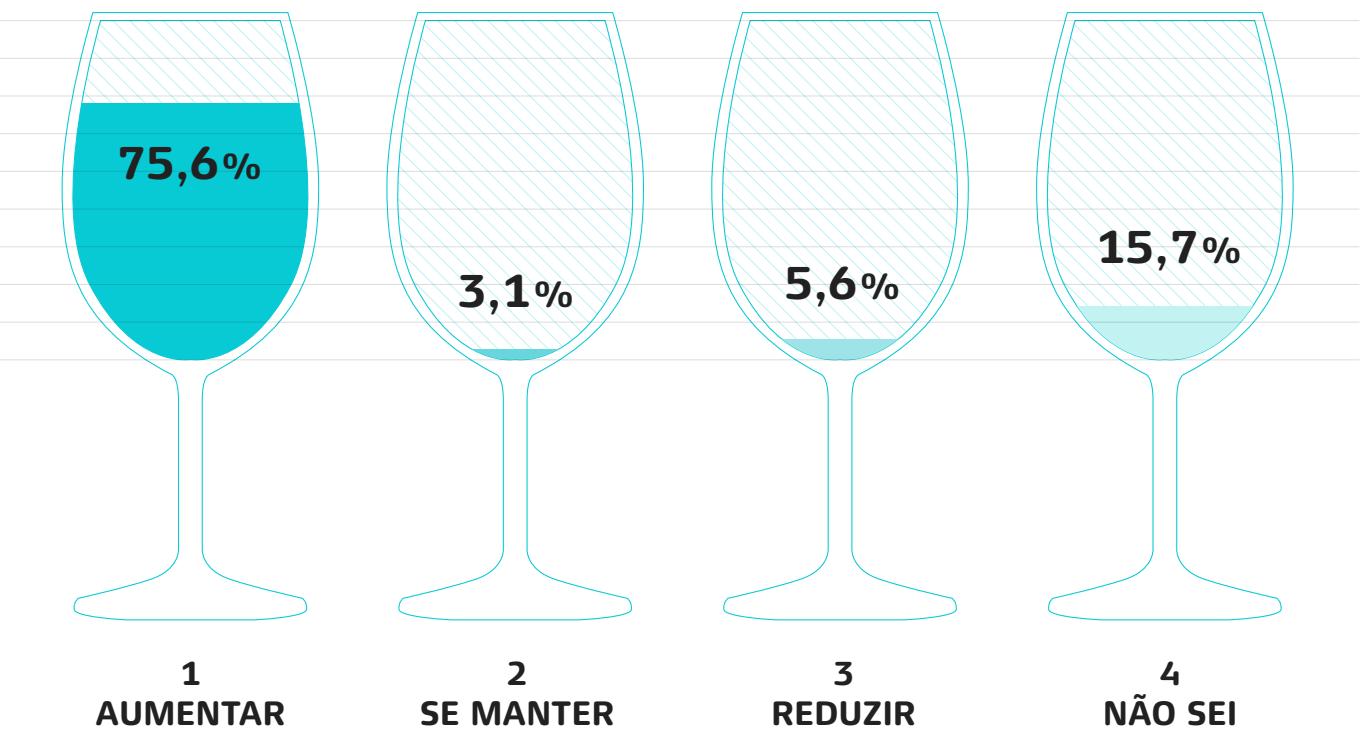
Trade do vinho otimista com o futuro

O retrato do trade do vinho brasileiro no pós-pandemia é bastante alentador, com sinais de melhora na saúde financeira das empresas, níveis elevados de felicidade e de segurança, e uma maior parcela de respondentes otimistas com o futuro. Isso reflete na abertura dos agentes de mercado em ampliar o seu portfólio. No entanto, os dados devem ser interpretados com cautela, pois não temos histórico para comparação, além de um esperado grau de euforia pós pandemia.

Intenções de Portfólio

PERGUNTA: Quais são as intenções para o portfólio de produtos da sua empresa no futuro?

- (1. Aumentar / 2. Se manter / 3. Reduzir /
4. Não sei)
Resposta única.

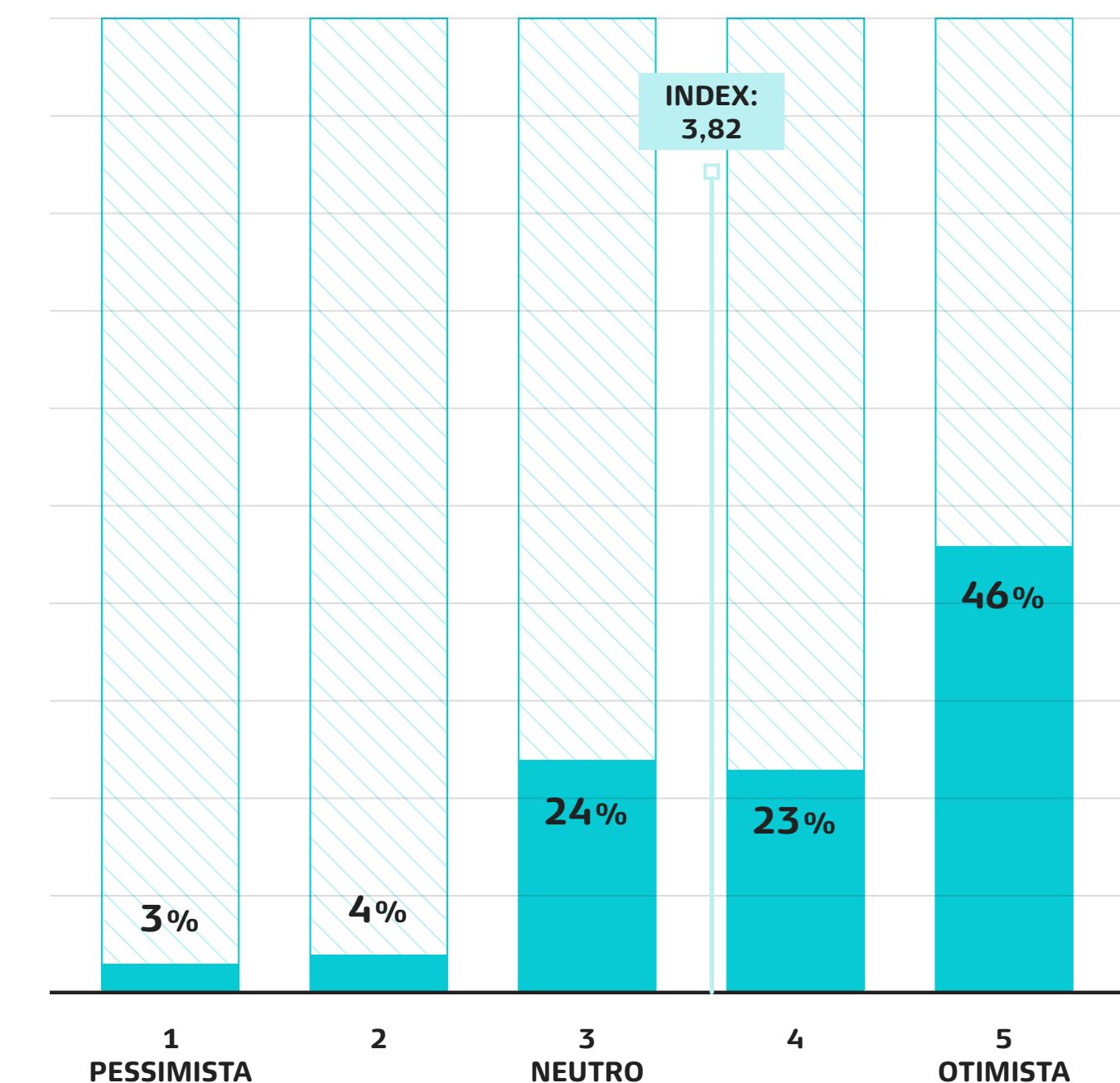


Fonte: Pesquisa Trade Winext, Jul-Ago 2023, (n: 357), trade vinho qualificado nível Brasil.

Perspectiva 2024

PERGUNTA: Observe a afirmação abaixo e indique como ela melhor se alinha com a sua percepção atual:

- "Em relação ao ano que vem..."*
(1. Estou pessimista / 3. Estou neutro /
5. Estou otimista)
Resposta única.



Fonte: Pesquisa Trade Winext, Jul-Ago 2023, (n: 357), trade vinho qualificado nível Brasil.

2.

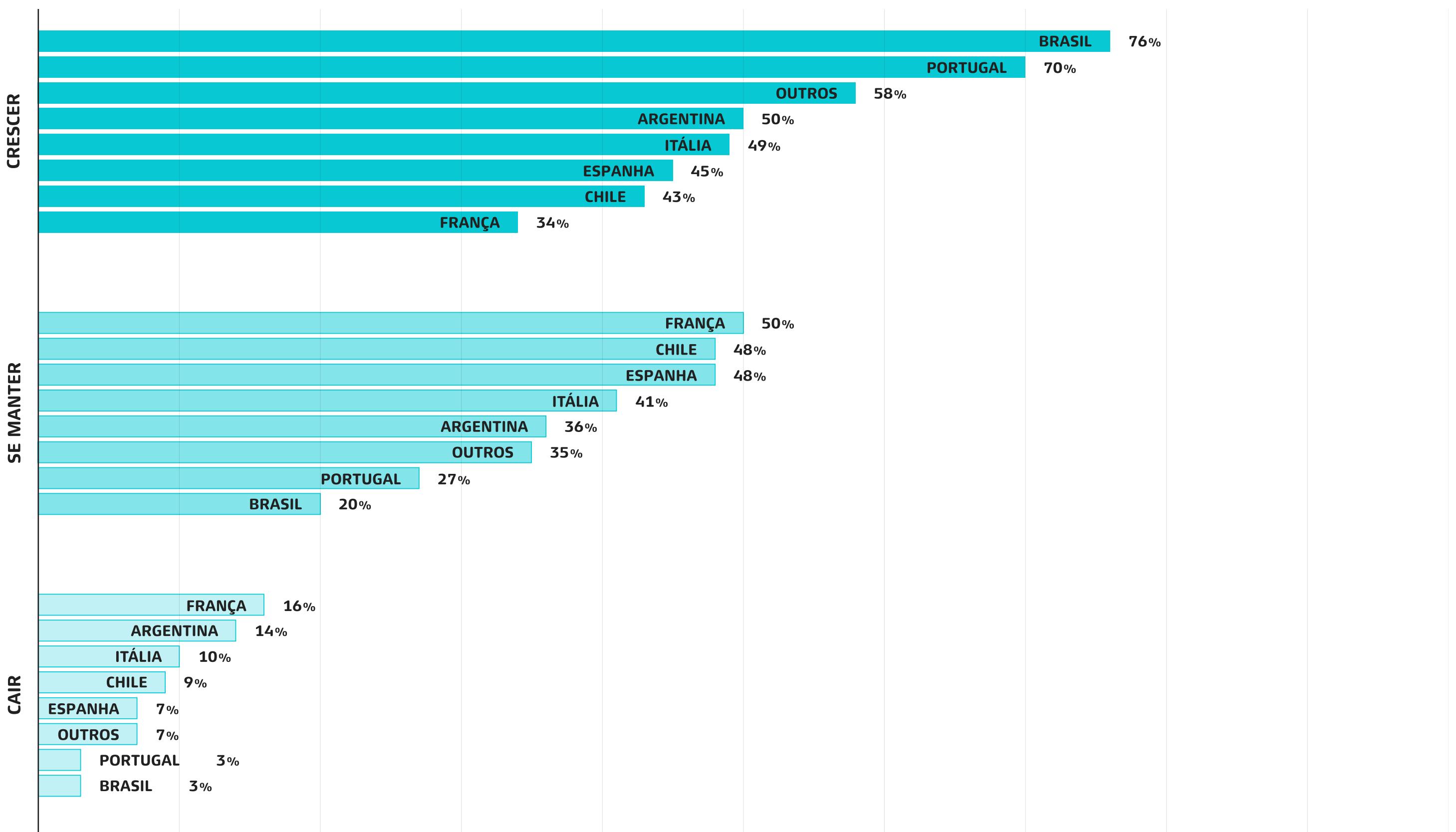
Vinhos brasileiros em alta

Os vinhos e espumantes brasileiros foram o grande destaque do estudo, na análise das principais origens. Nos vinhos tranquilos, o Brasil foi a origem que mais apresentou crescimento no valor médio de venda por garrafa e o segundo colocado em desempenho de vendas, atrás apenas de Portugal. Além disso, 76% dos respondentes apontaram potencial de crescimento para os vinhos brasileiros. Para os vinhos franceses, chilenos e espanhóis, a visão predominante é de manutenção tanto do volume de vendas quanto do ticket médio.

Nos espumantes, o Brasil aparece bem a frente das demais origens em todos os indicadores – desempenho de vendas, ticket médio e potencial de crescimento.

Oportunidade crescimento vinhos por origem

PERGUNTA: Qual é a sua visão quanto a oportunidade de crescimento das origens de vinhos abaixo?
Resposta única por origem. Opção "não se aplica" omitida para efeitos de análise.



Fonte: Pesquisa Trade Winext, Jul-Ago 2023, (n: 357), trade vinho qualificado nível Brasil.

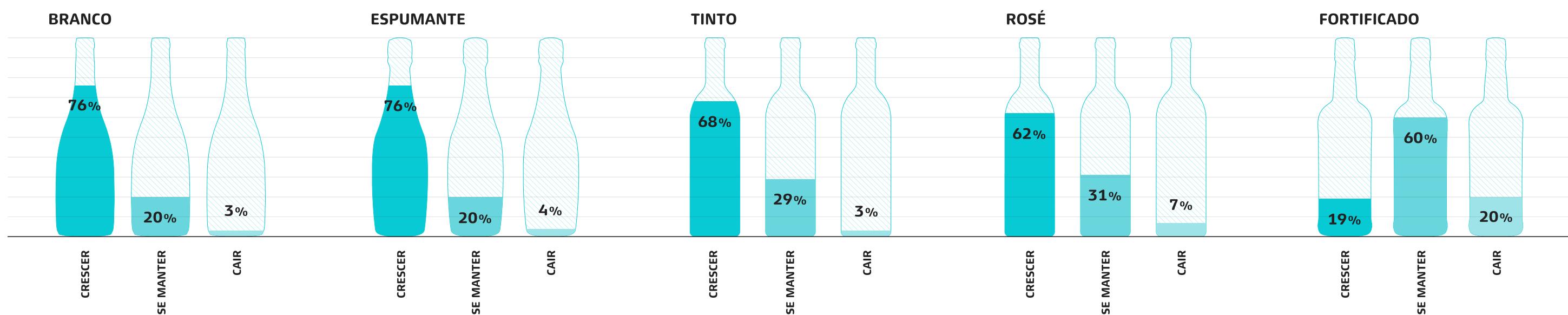
3.

Brancos e espumantes são as categorias de maior oportunidade

Os vinhos brancos e os espumantes, são os tipos de vinho com maior oportunidade de crescimento na perspectiva do trade – 3 em cada 4 respondentes apontam que ambas categorias seguirão em trajetória positiva. O percentual de respondentes que esperam que as vendas de rosé se mantenham é maior do que a dos brancos e espumantes, indicando que a euforia com os rosados possa ter diminuído. Os fortificados são o estilo com menor oportunidade de crescimento na visão do trade – a categoria parece estar estacionada sem tendência de queda ou expansão.

Oportunidade crescimento por tipo vinho

PERGUNTA: Qual é a sua visão quanto a oportunidade de crescimento das categorias de vinhos abaixo?
Resposta única por tipo. Opção "não se aplica" omitida para efeitos de análise.



Fonte: Pesquisa Trade Winext, Jul-Ago 2023, (n: 357),
trade vinho qualificado nível Brasil.

4.

Orgânicos e Bag-in-Box com tendência de alta

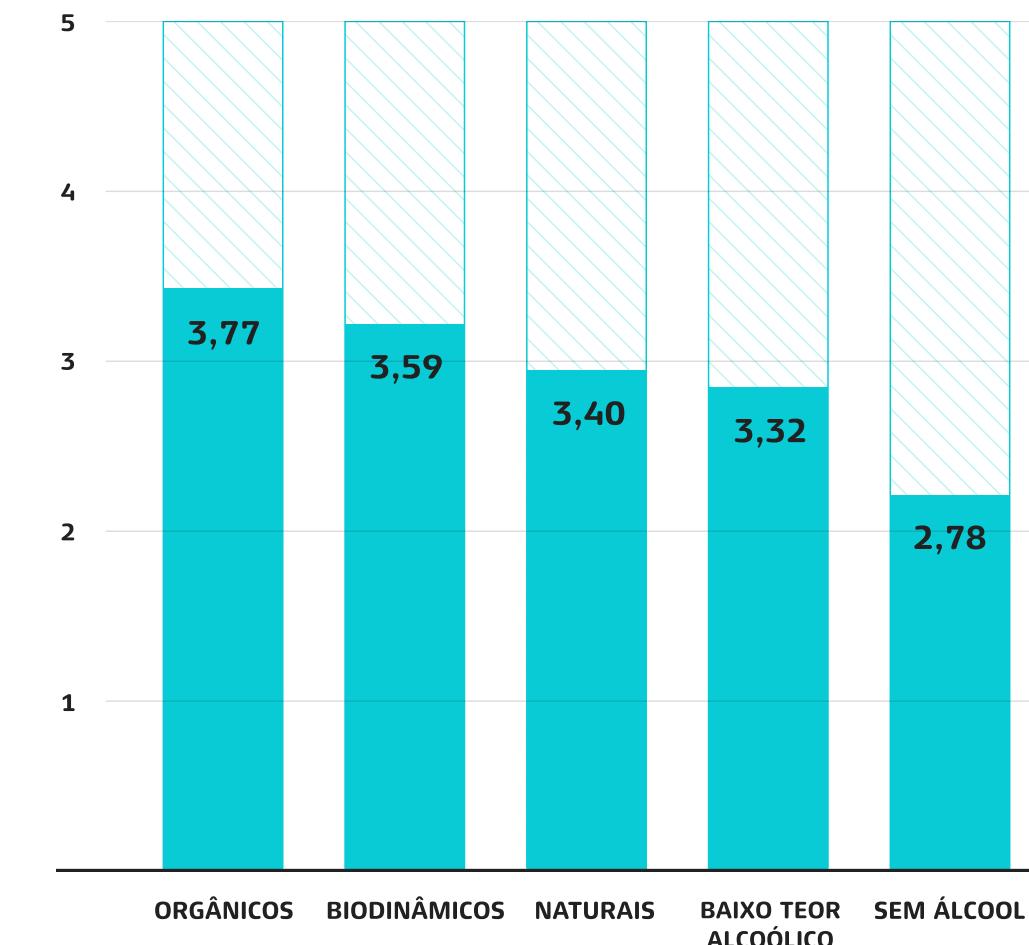
Os orgânicos foram a categoria de vinhos alternativos com maior oportunidade de expansão na opinião do trade - alcançando o maior index entre as categorias de vinhos alternativos – com mais da metade dos respondentes enxergando como um segmento de oportunidade. Ainda assim, a proporção de neutros e que selecionaram a categoria dos orgânicos como de baixa oportunidade é equivalente o que indica certo ceticismo por parte do trade.

Nos formatos de embalagem a maior aposta do trade é o Bag-in-box seguido da meia-garrafa (375 ml). Formatos menores como 187 e lata são vistos como de menor potencial por parte do trade.

Oportunidade Vinhos Alternativos

PERGUNTA: Qual é a sua visão quanto a oportunidade de crescimento nas seguintes categorias de vinhos alternativos – Orgânicos, Biodinâmicos, Naturais, Baixo teor alcoólico, Sem álcool?

(1. Baixa oportunidade / 5. Alta oportunidade)
Resposta única. Index médio indicado no gráfico.



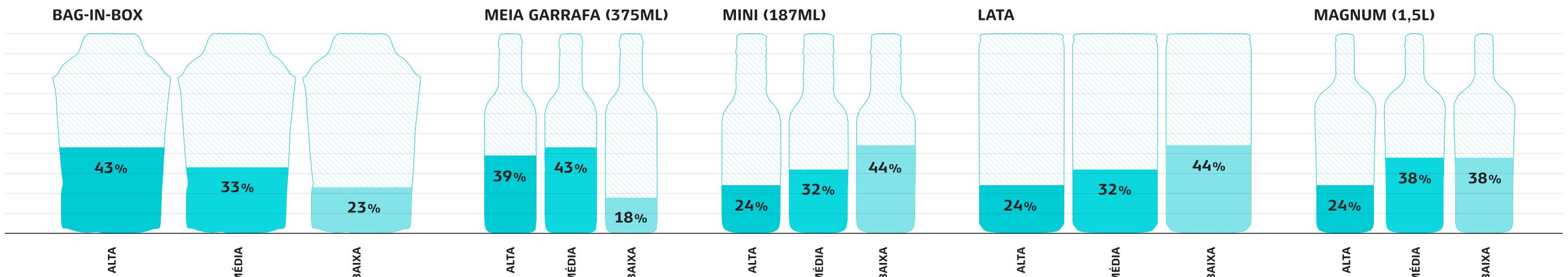
Fonte: Pesquisa Trade Winext, Jul-Ago 2023, (n: 357), trade vinho qualificado nível Brasil.

Oportunidade formatos de embalagem

PERGUNTA: Qual é a sua visão quanto a oportunidade de crescimento dos formatos de embalagem abaixo:

(1. Alta / 2. Média / 3. Baixa)
Resposta única por embalagem. Opção "não se aplica" omitida para efeitos de análise.

Fonte: Pesquisa Trade Winext, Jul-Ago 2023, (n: 357), trade vinho qualificado nível Brasil.



5.

Carga tributária e contrabando principal entrave aos negócios e abertura de canais/regiões maior oportunidade

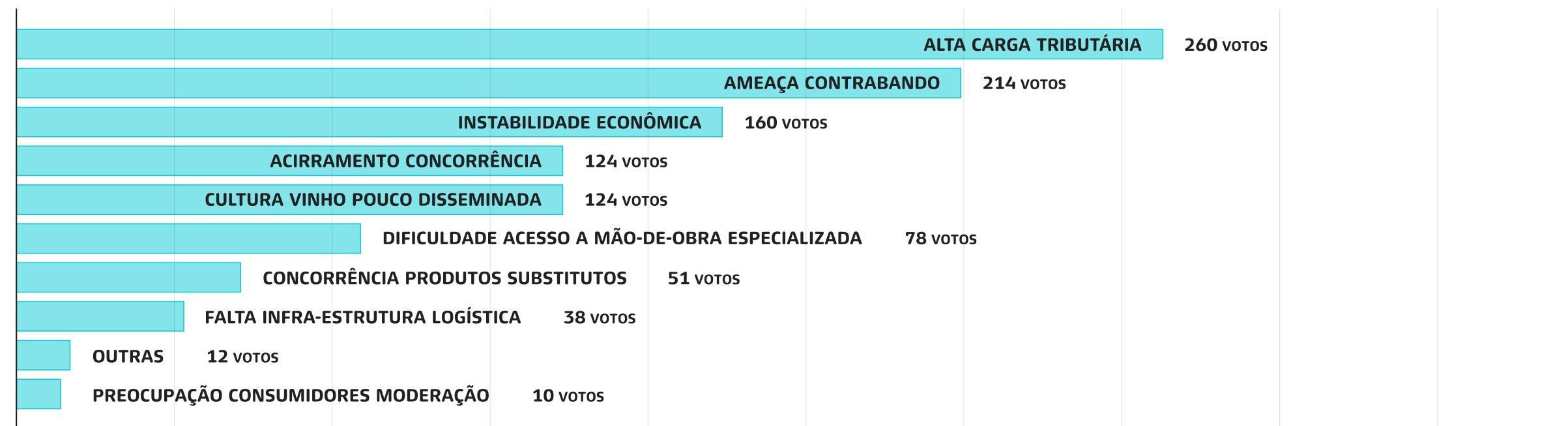
Quando perguntados sobre as maiores barreiras para o desenvolvimento dos seus negócios, as três áreas mais citadas foram a **alta carga tributária**, a **ameaça do contrabando** e a **instabilidade econômica** – todos temas relacionados ao ambiente regulatório. Mais de 70% dos respondentes mencionaram a carga tributária entre os 3 maiores entraves ao negócio.

No campo das oportunidades, o trade elegeu a **abertura de novos canais de venda**, o **desenvolvimento de novos mercados/regiões** e a **promoção a novos segmentos de consumidores** como as maiores áreas de prioridades.

Barreiras para o crescimento do negócio

PERGUNTA: Atualmente, quais são as principais barreiras para o crescimento do seu negócio? (Selecionar 3 fatores mais importantes)

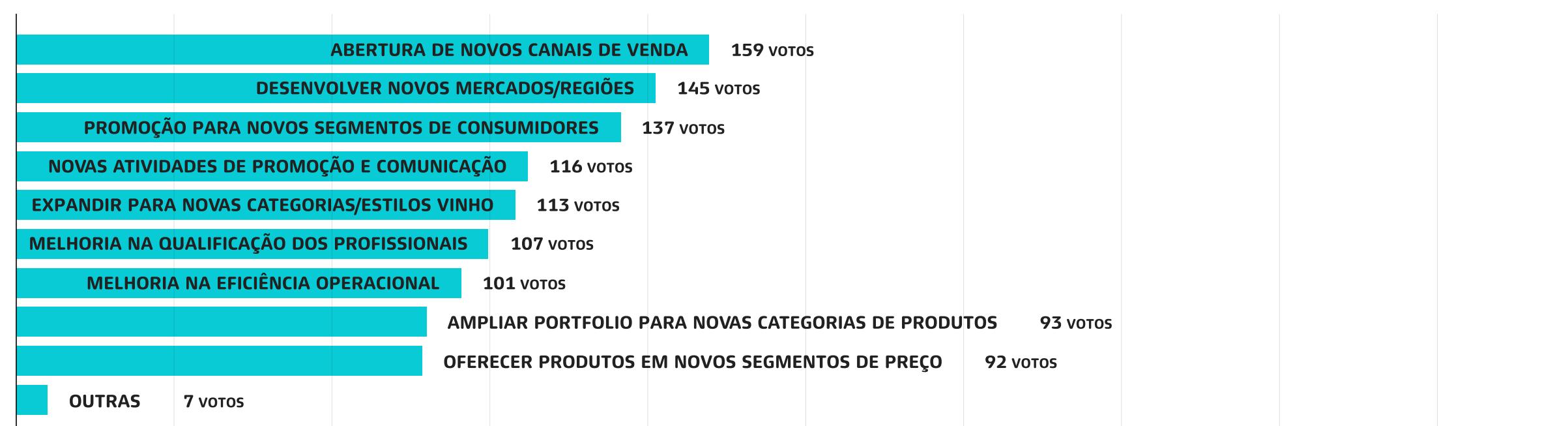
Resposta múltipla. Quantidade incidências indicadas no gráfico.



Oportunidades para o crescimento do negócio

PERGUNTA: No seu ponto de vista, onde estão as maiores oportunidades para o crescimento do seu negócio? (Selecionar 3 fatores mais importantes)

Resposta múltipla. Quantidade incidências indicadas no gráfico.



6.

Enoturismo e novos comportamentos de compra (*premiumnização* e *downgrade*) são as tendências mais presentes

A tendência mais observada na opinião do trade brasileiro é o enoturismo – 7 em cada 10 respondentes indicaram a visita a regiões vinícolas e todas as atividades que a cercam como muito presente no dia-a-dia dos seus negócios.

O segundo aspecto mais notado pelo trade foram mudanças no comportamento de compra dos consumidores – tanto a procura por produtos mais baratos (*downgrade*) quanto a busca por vinhos de maior qualidade (*premiumnização*) em medida parecida. Aspectos relacionados à moderação, sustentabilidade e busca por produtos de menor graduação alcoólica ainda não estão tão presentes na visão do trade brasileiro.

Tendências

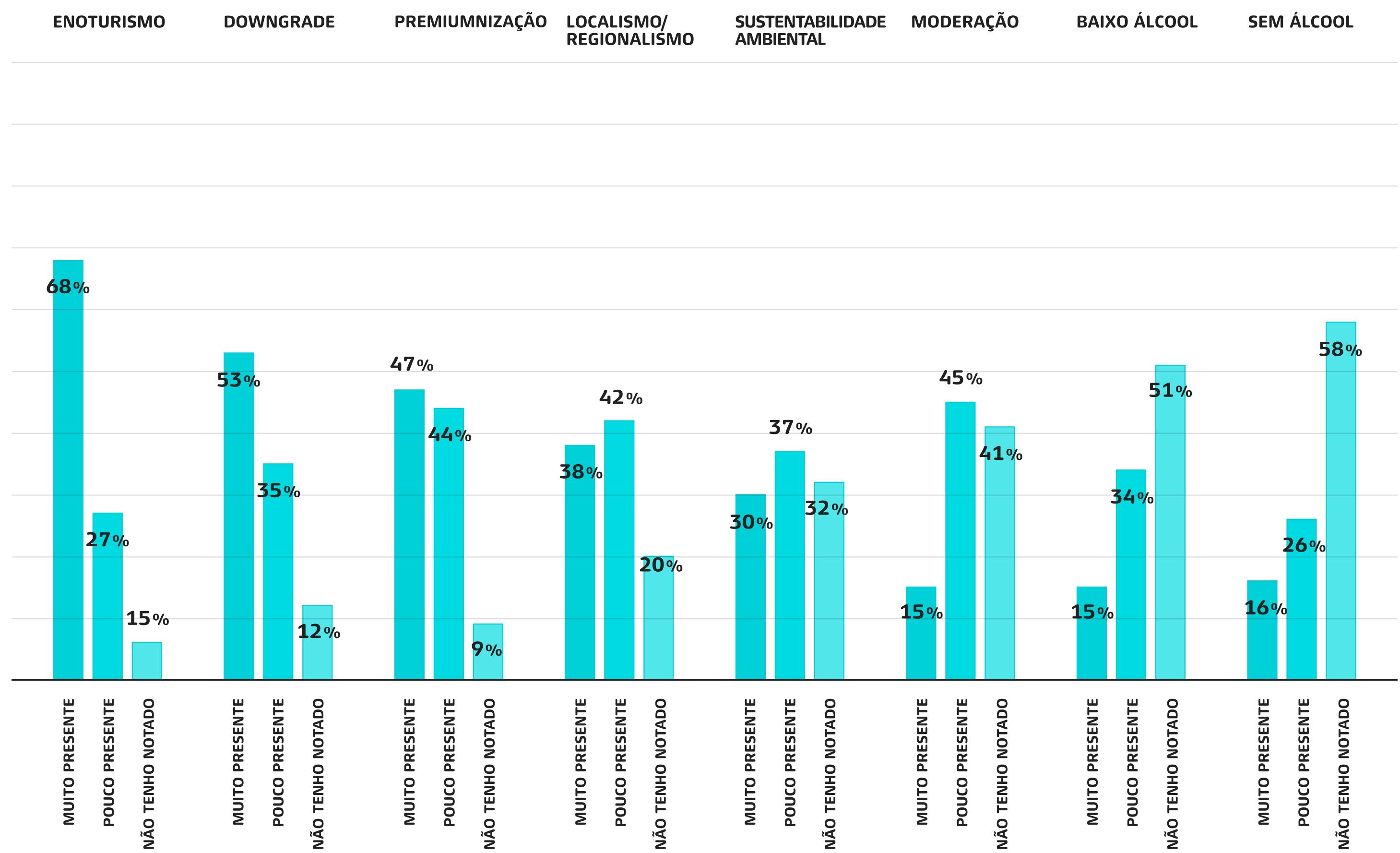
PERGUNTA: Das tendências abaixo, com que intensidade você tem notado no dia-a-dia do seu negócio?

(1. Não tenho notado / 2. Tenho notado pouco presente / 3.

Tenho notado muito presente)

Resposta única por tendência.

Fonte: Pesquisa Trade Winext,
Jul-Ago 2023, (n: 357), trade
vinho qualificado nível Brasil.



Conteúdo do Relatório

Introdução

Resumo Executivo

Sentimento e Confiança

GESTÃO PORTFÓLIO

SAÚDE FINANCEIRA

FINANÇAS PESSOAIS & EMPREGO

FELICIDADE E PERSPECTIVA

Vinhos

DESEMPENHO POR ORIGEM (VOLUME E VALOR)

OPORTUNIDADE DE CRESCIMENTO POR ORIGEM

OPORTUNIDADE POR TIPO
(TINTO, BRANCO, ROSÉ, ESPUMANTE, FORTIFICADO)

Espumantes

DESEMPENHO POR ORIGEM (VOLUME E VALOR)

OPORTUNIDADE DE CRESCIMENTO POR ORIGEM

OPORTUNIDADE POR TIPO
(BRUT, EXTRA-BRUT, DEMI-SEC, ROSÉ, MOSCATEL, FRISANTE)

Trends

OPORTUNIDADE VINHOS ALTERNATIVOS (ORGÂNICOS, BIODINÂMICOS, NATURAIS, BAIXO TEOR ALCOÓLICO, SEM ÁLCOOL)

OPORTUNIDADE FORMATOS DE EMBALAGEM (BAG-IN-BOX, MEIA GARRAFA, MINI-GARRAFA, LATA, MAGNUM)

BARREIRAS & OPORTUNIDADES PARA O NEGÓCIO

TENDÊNCIAS NO DIA-A-DIA DOS NEGÓCIOS

Metodologia

Para saber mais como adquirir o **conteúdo completo** do estudo com a planilha de dados entrar em contato com pesquisa@wine-xt.com.

Metodologia e Formato de Pesquisa

- Pesquisa quantitativa em plataforma online entre os dias 28 de Julho e 21 de Agosto de 2023;
- Tamanho da amostra n:357. Distribuição da amostra detalhada na tabela;
- Dados segmentados por região (UF), cargo, tempo de experiência de mercado, tamanho e segmento/canal empresa. Dados disponíveis sob demanda;
- Ferramentas de screen out foram utilizadas (qualificação de respondentes e remoção de respostas enviesadas);
- Tempo máximo de preenchimento do questionário: 15 minutos;
- Possibilidade de inclusão de perguntas customizadas a partir da segunda onda da pesquisa.

Distribuição respondentes por macro-região

CENTRO-OESTE	5,9%
NORDESTE	8,9%
NORTE	1,7%
SUDESTE	66,7%
SUL	16,8%

Agradecimentos

Um agradecimento especial às empresas e profissionais abaixo que nos apoiam na fase de recrutamento do estudo:

Alessandra Brito de Oliveira – Associação Brasileira de Sommeliers/Brasil

Alessandra Nery - Associação Brasileira de Sommeliers/MT

Antonio Carlos Silveira – La Pastina/SP

Ari Gorenstein, Víssimo/SP

Arthur Azevedo - Associação Brasileira de Sommeliers/SP

Celio Vasconcelos – Dom Vinho/PE

Cida D'Angelli – Rex Bibendi/MG

Christian Burgos – Grupo Inner/SP

Diego Bertolini – Venda Mais Vinho/RS

Diogo Wendling – Território do Vinho/MT

Felipe Galtaroça, Ideal BI/SP

Felipe Prigol – My Winery/GO

Jessica Marinzeck – Revista Única/SP

Joseph R Morgan Junior – Associação Brasileira de Sommeliers/RJ

Julio Gostisa – Rottativa/RS

Malu Sevieri – Emme Brasil/SP

Pablo Teixeira – Cabernet Butiquim/MG

Paula Brazuna – Berkmann Wine Cellars/RJ

Thiago Aquino - Associação Brasileira de Sommeliers/BA

Thiago Jucá - Associação Brasileira de Sommeliers/CE

Thiago Mendes – Enocultura/SP



WINEXT CONSULTORIA EIRELI

+55 11 99178-4747

pesquisa@wine-xt.com

Rua Oscar Freire, 708 / 73

01426-002 - São Paulo – SP